

10. Логистика: Уч. пособие / Под ред. проф. Б.А.Аникина. – М.: ИНФРА-М, 1997. – С. 11-95.
11. Николайчук В.Е. Заготовительная и производственная логистика. – СПб: Питер, 2001. – С.6-91.
12. Николайчук В.Е. Логистика в сфере распределения. – СПб: Питер, 2001. – С.8-64.
13. Новиков О.А., Семененко А.И. Производственно-коммерческая логистика: Уч. пособие. – СПб.: СПбУЭФ, 1993. – С.32-57.
14. П.Самуэльсон. Экономика. – М.: НПО «АЛГОН», ВНИИСИ «МАШИНОСТРОЕНИЕ», 1994. – С.203-205.
15. Смехов А.А. Введение в логику. – М.: Транспорт, 1993. – С.6-81.
16. Экономика: Учебник / Под ред. доц. А.С.Булатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во „БЕК”, 1997. – С.274-276.

Получено 15.09.2003

УДК 656.13

И.Н.КОВАЛЬ

Харьковский государственный технический университет строительства и архитектуры

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Рынок транспортных услуг, в том числе в коммунальной сфере, можно определить как взаимодействие производителей и потребителей всех видов этих услуг в условиях государственного регулирования и под воздействием внешних и внутренних факторов рыночной среды, определяемое ценами всех видов услуг, которые формируются складывающимися уровнями спроса и предложения.

Автомобильный транспорт является неотъемлемой составной частью коммунальной сферы, а также транспортной системы страны. В Украине насчитывается как множество специализированных автотранспортных подразделений средних и крупных предприятий промышленного направления. Любой рынок характеризуется наличием субъектов рынка, в качестве которых выступают продавцы услуг – транспортные предприятия, транспортные подразделения крупных организаций и потребители этих услуг – предприятия всех видов деятельности, юридические и физические лица. Кроме транспортных предприятий, занимающихся непосредственно транспортировкой грузов, к субъектам рынка следует причислить компании, занятые непосредственным обслуживанием этого вида деятельности, в частности предприятия коммунальной сферы, занимающиеся транспортировкой бытовых отходов.

Производителей транспортной продукции или услуг можно разделить как транспортные предприятия или транспортные подразделения крупных компаний (или перевозчики). Разделяют их, прежде всего, по характеру собственности (акционерные общества, образованные

на базе государственных предприятий, ведомственных автоколонн и автоцехов; частные предприятия коллективной формы собственности; холдинговые компании; совместные предприятия; индивидуальные предприниматели и т.д.). Потребителей транспортных услуг, в свою очередь, можно разделить на несколько больших групп:

1. Государственные бюджетные организации.

2. Частные предприятия.

3. Потребительская группа, т.е. физические лица и домохозяйства.

4. Многочисленная группа посредников, приобретающих транспортную продукцию – услуги, для перепродажи другим лицам, которые дополняют ее и улучшают ее качественные характеристики (хотя это и необязательно). Это транспортные дилеры и агентства.

5. Транспортное подразделение или отдельное предприятие в структуре холдинга.

Предназначение транспортного рынка: 1) удовлетворение потребностей хозяйствующих субъектов в перемещении сырья, материалов и комплектующих, товаров, а также людей для обеспечения функционирования общественного производства; 2) организация перевозок людей для нужд сферы услуг.

Если в условиях плановой экономики признаком эффективной работы являлся рост объемов перевозок, то в рыночной экономике этот валовой показатель не является определяющим, хотя и полезен для статистических оценок. На первый план выступают показатели экономической эффективности и степень удовлетворения потребностей предприятий и населения. Поэтому деятельность транспорта нужно оценивать комплексно по количественным и качественным характеристикам процесса и условий перевозки и по уровню предоставленных сопутствующих услуг.

Рынок автотранспортных услуг в СНГ после 1991 г. быстро сузился в соответствии с падением объемов производства в каждой из вновь образованных держав [1]. Некоторые качественные характеристики путей сообщения стран СНГ приведены в табл.1.

Однако приватизация автотранспортных предприятий, которая во многих странах СНГ значительно опередила приватизацию в остальных транспортных подотраслях, и быстрое появление на рынках услуг множества частных автоперевозчиков привели к возрождению автотранспортного рынка. Основная доля автотранспортных предприятий – это малые предприятия с небольшим числом автомобилей. Практикуется такая форма бизнеса, когда предприятие берет в аренду автотранспорт, принадлежащий физическим лицам, нанимая при этом на работу их владельцев. Создано множество транспортно-коммерческих

фирм и индивидуальных предприятий, что вызвало сильную конкуренцию на рынке автоперевозок. В России, например, в частных руках к 1997 г. оказалось более 800 тыс. грузовиков и 90 тыс. автобусов [2].

Таблица 1 (Данные Госкомстата 1996 г.)

| Удельный вес в % | Удельный вес в общей эксплуатационной длине железнодорожных путей общего пользования участков | | Удельный вес в общей эксплуатационной длине автомобильных дорог с твердым покрытием | | Удельный вес в общей длине внутренних водных судоходных путей общего пользования | |
|------------------|---|------------------|---|-------------------------------|--|------------------------------|
| Виды сообщений | электрифицированные | с тепловой тягой | все автодороги | автодороги общего пользования | со знаками судоходности | с гарантированными глубинами |
| Страны | | | | | | |
| Азербайджан | 60,1 | 39,9 | 92,9 | 94,0 | — | — |
| Армения | 100 | — | Н/д | 96,7 | — | — |
| Беларусь | 16,0 | 84,0 | 74,1 | 98,6 | 100 | 84,2 |
| Казахстан | 26,3 | 73,7 | 76,3 | 94,4 | 89,5 | 47,5 |
| Кыргызстан | — | 100 | Н/д | Н/д | Н/д | Н/д |
| Молдова | — | 100 | 76,8 | 95,1 | Н/д | 25,2 |
| Россия | 44,3 | 55,7 | 80,0 | 90,1 | 92,6 | 40,8 |
| Таджикистан | — | 100 | 78,4 | 93,9 | — | — |
| Туркменистан | — | 100 | 64,3 | 88,3 | Н/д | Н/д |
| Узбекистан | 13,7 | 86,3 | 85,5 | 94,7 | — | — |
| Украина | 37,6 | 62,4 | 86,6 | 94,8 | 91,4 | 82,8 |

Небольшими по объему физических перевозок, но важными в масштабах каждой страны СНГ являлись рынки международных автотранспортных услуг. Отметим, что международные автоперевозки не требуют больших вложений капитала, даже в условиях СНГ эти средства окупаются за три года. Особенностью интегрированного международного автотранспортного рынка стран СНГ является также наличие множества мелких местных транспортных компаний без явно выраженных лидеров. Значительная часть масштабных автоперевозок осуществляется западными транспортными компаниями. Причинами

слабой конкурентоспособности местных компаний является отсутствие достаточного количества подвижного состава, способного осуществлять международные перевозки. Например, российский грузовой автопарк лишь на треть состоял из машин, соответствующих стандарту ЕВРО-2.

Не лучше обстояли дела в Украине. Отметим, что грузовики и тягачи производства стран СНГ в ближайшее время не смогут удовлетворять этому стандарту, а Западная Европа с осени 2000 г. перешла на следующий более жесткий стандарт ЕВРО-3. Страны Восточной Европы в соответствии с взятыми на себя обязательствами также вводят жесткие европейские экологические стандарты.

Доля Украины в освоении емкого рынка транспортных услуг небольшая, не только в связи с теми трудностями при обновлении автомобильного парка, что и у россиян. Дело еще в том, что основные российские товаропотоки идут мимо Украины (45% российского грузооборота приходится: на Финляндию – 24,7%, Германию – 13% и Польшу – 6,6%). При этом, по данным российской Ассоциации международных автомобильных перевозок (АСМАП), россияне контролировали к 2000 г. только 24,1% рынка автоперевозок в Финляндию, 29,6% – в Германию, 18,9% – в Польшу, 26,4% – в Италию, 21,2% – в Нидерланды. Турция к 1995 г. захватила почти 99% рынка перевозок грузов в Россию и обратно и только после кризиса 1998 г. ситуация стала медленно изменяться [2].

Если до кризиса 1998 г., по данным АСМАП России, соотношение иностранных перевозчиков к местным на российском рынке было 3:1 (было перевезено до 18,9 млн. т грузов, а объем рынка оценивали в 5 млрд. долл.), то в 1999 г. соотношение изменилось до 2:1, правда, при этом общий физический объем перевозок уменьшился на одну пятую.

Количество российских автотранспортных компаний, которые осуществляли международные перевозки в два с половиной раза превышает количество подобных украинских компаний, причем 80% из них имели парк автомобилей в 10-20 машин. Украинские автотранспортные компании меньше российских по размерам производственных активов. Из России и Украины вывозили в основном сырье с низкой удельной стоимостью, а ввозили продукты питания, бытовую электронику, оборудование, мебель, алкоголь.

Небольшие фирмы предпочитали импортировать небольшие партии товара, поэтому объемы заказов на перевозки были небольшие. Более крупные торговые компании пользовались услугами множества фирм-импортеров или оформляли договоры на поставку товаров с СП.

В первом случае торговые компании не были заинтересованы в концентрации грузопотоков, второй случай, напротив, мог стимулировать такую концентрацию.

Целью настоящей статьи является рассмотрение факторов, влияющих на рынок транспортных услуг в Украине, так как один из важных ресурсов для повышения конкурентоспособности товара – это снижение транспортной составляющей. Оптимизация процессов доставки грузов может снизить расходы, связанные с транспортировкой, на 20-25%. Известно, что сокращение на 1% затрат на логистику эквивалентно увеличению объема реализации товаров на 10%.

Отметим, что реформирование системы управления автотранспортом Украины заложено в Законе Украины "Об автомобильном транспорте". В нем предложено передать местным властям имущество предприятий пассажирского автотранспорта, которое принадлежит государству. Это обусловлено не только тем, что пассажирский автотранспорт часто убыточен и не имеет необходимых средств для обновления движущего состава, который отработал на 75-80% свой ресурс. Масштабы украинского народного хозяйства отличаются от масштабов более успешных экономик стран Восточной Европы. В ряде случаев сравнивать имеет смысл лишь хозяйственную деятельность отдельного региона Украины с народнохозяйственным комплексом, скажем, всей Чехии или Венгрии. Однако, прежде чем рассматривать региональные проблемы украинского хозяйства, дадим оценку транспортной отрасли страны в целом. Несмотря на то, что выделение рынка автотранспортных услуг довольно условное, тем не менее с определенными оговорками можно рассматривать весь транспортный рынок как ряд субрынков по виду транспорта, причем, порой конкурирующих между собой. Хотя следует признать, что имеют место случаи, когда эти субрынки дополняют друг друга.

Падение с 1991 г. и по настоящее время спроса на транспортные услуги Украины привело к тому, что общая загрузка железнодорожного грузового транспорта уменьшалась. По всем видам грузов, кроме зерна и лома черных металлов, происходило снижение объемов перевозок. В 1999 г. железнодорожный транспорт получил 4176,2 млн. грн. дохода от перевозок, причем, от грузовых перевозок – 3539 млн. грн., а от пассажирских – 637,2 млн. грн. Таким образом, наблюдался рост доходов по сравнению с 1998 г. в номинальном выражении на 32% [3].

Речной транспорт Украины, вследствие значительного уменьшения перевозок строительных материалов, значительно снизил объемы транспортировки грузов. Доля международных перевозок, которые обеспечивала акционерная судоходная компания "Укрречфлот" (около

300 судов, из них 70 морских, средний возраст судов – 15 лет), выросла, причем перевозились в основном черные металлы и руда.

Морские порты получили прибыль в 1999 г. в размере 600 млн. грн. Судоремонтные предприятия также имели прибыль в 6,86 млн. грн. при уровне доходов в 81,9 млн. грн.

Украинские пассажиры мало интересуют украинские авиакомпании. Как, впрочем, и авиакомпании пока мало интересуют украинского пассажира, правда, с одним исключением – рейсы за рубеж еще остаются несколько дешевле в украинских авиакомпаниях, хотя при этом клиенты получают множество неудобств. Авиаторы понимают, что надо начинать серьезную борьбу за клиента. Так, компания "Авиалинии Украины" эксплуатирует по лизингу аэробусы А-319 и А-320, которые заменили российский ТУ-154 на магистральных средней протяженности. Вместо ИЛ-62 на более протяженных трассах появился аэробус А-310. В госкомпаниях и на авиапредприятиях управления "Укрaviaции" имелось 860 самолетов и 346 вертолетов, из них эксплуатируются 24%. В 1999 г. авиаторы получили 59,6 млн. грн. прибыли (в 1998 г. – 7 млн. грн. убытков).

Транзит нефти через Украину вырос на 0,9%. АО "ПМН" и АО "Магистральные нефтепроводы "Дружба" (входят в состав "Нефтегаза Украины") перекачали на экспорт 54024,7 тыс. т сырой нефти. По направлению к Одессе АО "ПМН" перекачало 10221,7 тыс. т нефти (тариф 2,32 долл. за перекачку 1 т). По направлению на Северный Кавказ АО "ПМН" перекачало 26 355,6 тыс. т (тариф 4,9 долл. за перекачку 1 т). Потребителям в Украине АО "ПМН" перекачало 10006,8 тыс. т (89,6% к уровню 1998 г.). Тарифная выручка АО "ПМН" без НДС – 575,25 млн. грн., а расходы на перекачку – 122,5 млн. грн. Нефтепроводы "Дружба" перекачали в 1999 г. 18942,6 тыс. т сырой нефти, в том числе на экспорт 17447 тыс. т (97,2% к уровню 1998 г.), а украинским потребителям 1495,2 тыс. т (131% к уровню 1998 г.) [4].

Автомобильный парк Украины, по данным Украинской автомобильной корпорации "УкрАВТО" и фирмы «AutoConsalting», составляет около 5-6 млн. машин (Госкомстат в 1998 г. сообщил о наличии 4,878 млн. машин, за 1999 г. добавилось 200 тыс., по данным "УкрАВТО"). Активно используются 3,5-4 млн. автомобилей. Например, в Польше автомобильный парк – это в основном небольшие, экономичные автомобили. В России большую часть составляют отечественные марки автомобилей, доля иномарок менее 10%. В Украине доля иномарок выше (1,1-1,2 млн.). Средний возраст автомобилей – 12,4 года. Станций техобслуживания, по тем же источникам, в Украине 5-6 тыс. (в Киеве – до 1,5 тыс.). Рентабельность автомастерских и

прочих СТО достигает 20%. В Украине с 1991 г. происходило постоянное снижение объема перевозок автомобильным транспортом общего пользования.

Роль автотранспорта наиболее велика при формировании или развитии транспортных отделов предприятий или при создании дочерних транспортных фирм крупными производителями товаров или услуг (в составе холдинга или другим образом).

Автотранспорт из-за стремительного развития дорожной инфраструктуры и улучшения технических и экологических характеристик завоевывает все большую долю рынка транспортных услуг. К достоинствам автомобильного транспорта следует отнести: бесперегрузочность; полное транспортно-экспедиционное обслуживание (от двери до двери); высокий уровень сохранности. Все это позволяет снизить затраты на перегрузку, складирование грузов, что сокращает время производственного цикла и время реализации. К недостаткам относятся низкий уровень экологической и дорожной безопасности и сложные условия труда для водителей и экспедиторов.

В условиях рыночного хозяйства у государства есть единственный прямой метод регулирования авторынка – лицензирование. Косвенные методы регулирования авторынка включают в себя налоговые льготы, ускоренную амортизацию, льготные займы, субсидии и дотации по видам перевозок. Государство может помочь предприятию, субсидируя его в целом и предоставляя гарантии по его обязательствам. Субсидирование связанных с автотранспортом отраслей (например, агросектора) также можно рассматривать как вид поддержки автоперевозчиков. Во всех этих случаях речь идет о поддержке автоперевозчиков. К косвенным методам регулирования, которые усложняют условия для бизнеса в автотранспорте, можно отнести разработку и введение в действие госстандартов, госконтроль за тарифами и ценами (например, для автобусных перевозок).

Внутренняя среда предприятия включает все функциональные области и отношения внутри управляющей и управляемой подсистем. Для каждого предприятия транспортной отрасли, а тем более автотранспортной подотрасли функциональные области являются общими и отличаются лишь масштабом и широтой охвата.

В табл.2 приведены основные функциональные области деятельности предприятия.

Факторы внешней среды можно разделить на факторы прямого и косвенного воздействия. В табл.3 представлены факторы внешней среды прямого воздействия. Иногда акционеров предприятия относят к факторам внешней среды прямого воздействия, что обусловлено тра-

диционным подходом плановой экономики, когда понятие предприятие объединяло только производственную часть, службы и структуры, выполняющие вспомогательные функции.

Таблица 2

| № п/п | Функциональные области деятельности | Ориентация, цели | Способы решения |
|-------|-------------------------------------|---|--|
| 1 | Маркетинговая | Выявление и удовлетворение потребностей клиентуры, изучение рынка в целом | Интегрирует все внутренние структуры предприятия для принятия решений |
| 2 | Производственная | Организация перевозок, ремонт и обслуживание оборудования, выбор направлений изменения технологии, планирование производства и запасов | Подготовка и оформление документации. Техническая реализация перевозок. Проведение ремонта и обслуживания техники и оборудования |
| 3 | Снабженческая | Обеспечение поставок запрашиваемых ресурсов. Планирование и организация поставок | Выбор поставщиков и оптимальных вариантов поставок. Оформление документации и сопровождение операций |
| 4 | Финансовая | Проведение бухгалтерского учета и обеспечение всех видов финансовой отчетности. Выработка оптимальной финансовой политики, для обеспечения платежеспособности и ликвидности предприятия | Сбор, обработка учет, анализ материальных и финансовых затрат и поступлений. Управление и планирование финансовых операций |
| 5 | Кадровая | Обеспечение рабочей силой нужной квалификации | Разработка условий найма, зачисление и увольнение сотрудников, оформление оплаты труда, формирование мотивации персонала |
| 6 | Технологическая | Совершенствование и поддержание технологии. Обеспечение работы оборудования | Формирование заявок на новое оборудование. Разработка и реализация стратегии модернизации |
| 7 | Пространственная (территориальная) | Поддержание в рабочем состоянии зданий и их систем обеспечения. Организация эффективного использования территории | Ремонт зданий. Ремонт и обслуживание подъездных путей, других объектов инфраструктуры |

К факторам внешней среды косвенного воздействия можно отнести политические, правовые, физико-географические, демографические, экологические, социально-культурные, технологические. Понятно, что к ним можно отнести и интегральные характеристики внешней

среды, формирующие общеэкономическое состояние экономики данной страны и стран, наиболее интегрированных в процесс производства и торговли этой страны.

Таблица 3

| Рынки и структуры | Факторы внешней среды прямого воздействия |
|-------------------------------------|--|
| Рынок труда | Предложение рабочей силы |
| Производство, рынок товаров и услуг | Поставщики ,потребители, конкуренты |
| Государство | Правительственные органы власти Местные органы власти |
| Финансовый рынок | Финансовые институты |

Основные макроэкономические внешние факторы, действующие на транспортный рынок, следующие: изменения уровня производства в стране; развитие экспортно-импортных операций; изменения системы регулирования рынка; конкуренция между различными видами транспорта, предоставляющими альтернативные услуги; развитие дорожной сети и транспортной инфраструктуры; количественные и качественные изменения парка транспортных средств.

Автотранспортные предприятия сильно зависят от объемов производства в целом, от результатов хозяйственной деятельности постоянных и потенциальных потребителей транспортной продукции, от предпочтений заказчиков, что делает условия экономической деятельности автопредприятий неопределенными и плохо предсказуемыми. Разница в воздействии внутренней и внешней среды на эффективность работы для различных предприятий проявляется в тарифах на перевозку, качество услуг, объем заказов и т.д. Можно говорить о том, что для каждого предприятия имеются определенные уровни неустойчивости и неопределенности внешней среды. Неопределенность – это функция количества информации и степени ее достоверности (см., например, [5]). Различные виды неопределенности существенно влияют на эффективность управления. В табл.4 приведены оценки этого влияния.

Для оценки нестабильности внешней среды можно использовать шкалу И.Ансоффа (см. табл.5), причем, для этого следует найти среднее из оценок экспертов из отобранной заранее для этой цели группы специалистов. Критерием нестабильности или неустойчивости может служить скорость изменения параметров внешней и внутренней среды (в последнем случае – среды организации). Оценка степени нестабильности необходима для выбора способа управления.

Таблица 4

| № п/п | Вид неопределенности | Характер неопределенности |
|-------|------------------------------|--|
| 1 | Ретроспективная | Определяется отсутствием информации о внешней среде в прошлом |
| 2 | Перспективная | Возникновение непредусмотренных факторов, неполнота и недостаточность для формирования политики развития |
| 3 | Технологическая | Зависимость от технологических факторов внешней среды, требований к скорости, грузоподъемности, энергопотреблению и т.д. |
| 4 | Конкурентная | Целенаправленное противодействие конкурентов |
| 5 | Природная | Стихийность природных явлений |
| 6 | Техническая | Наличие случайности в работе оборудования, техники и в условиях эксплуатации |
| 7 | Конъюнктурная | Изменение конъюнктуры рынка транспортной продукции |
| 8 | Сезонная | Неравномерность спроса на перевозки в различное время года |
| 9 | Политическая и экономическая | Непредвиденные изменения законодательства, принятие новых законов и постановлений и т.д. |
| 10 | Социальная | Непредсказуемость поведения служащих при резких изменениях условий в коллективе |
| 11 | Психологическая | Субъективные факторы, влияющие на процесс принятия решений |

Таблица 5

| Характеристики | Степень привычности действий | Темп изменения | Предсказуемость |
|-------------------------|---|--|--|
| Стабильность (1) | Привычные | Значительно медленнее, чем реакция предприятия | По аналогии с прошлым |
| Реакция на перемены (2) | В пределах экстраполяции опыта | Медленнее, чем реакция предприятия | Путем экстраполяции |
| Предвидение (3) | Неожиданные, но имеющие аналогии в прошлом | Сравнимый с реакцией предприятия | Предсказуемые проблемы и новые возможности |
| Исследование (4) | Неожиданные, но не имеющие аналогии в прошлом | Быстрее, чем реакция предприятия | Частичная предсказуемость по слабым сигналам |
| Творчество (5) | Неожиданные и совершенно новые | Значительно быстрее, чем реакция предприятия | Непредсказуемые изменения |

Для каждого вида деятельности следует найти свой уровень стабильности, пользуясь средним значением из трех показателей (присваивая им значения от 1 до 5): уровня привычности действий (событий), темпа изменения и предсказуемости в будущем. По И.Ансоффу, при уровне нестабильности в 2,5-3,0 можно применять командный метод управления. Если нестабильность выше 3,0-3,5 – следует ввести управление на основе предвидения изменений, а при нестабильности более 3,5 рекомендуется принимать решения на основе экспертных оценок (см., например, [6]).

Таким образом, рынок транспортных услуг можно определить как взаимодействие производителей и потребителей всех видов транспортных услуг в условиях государственного регулирования и под воздействием внешних и внутренних факторов рыночной среды, определяемое ценами всех видов услуг, формируемыми уровнями спроса и предложения. На всех этих предприятиях необходим переход к принципам управления, наиболее соответствующим современным условиям развития общества – принципам логистики.

Инфраструктура рынка – это, прежде всего, пункты приема и отправки груза, его обработки, складирования и хранения (включая морские, речные, железнодорожные станции и вокзалы, автотерминалы), транспортные сети, информационные системы и системы управления движением, социально-бытовая структура, снабженческо-распределительная сеть, ремонтно-строительная структура, таможенная, пограничная и контрольная службы. Часто к инфраструктуре относят маркетингово-информационные и консультационные центры. Активно взаимодействуют с транспортниками финансово-инвестиционные предприятия (инвестиционные фонды, лизинговые фирмы, расчетные структуры, страховые компании, биржи).

Особо важен для автотранспортных предприятий процесс приспособления к условиям внешней среды с целью обеспечения выживания, который принято называть адаптацией. Теория управления убеждает, что процесс усложнения управляющей подсистемы должен предварять процесс изменений управляемой подсистемы, т.е. эволюция управляющей подсистемы должна происходить быстрее, опережающим темпом для обеспечения развития системы в целом [7].

1. Транспорт і зв'язок України: Стат. збірник. – К.: Державний комітет статистики України, 2002. – 195 с.

2. Лукинский В.С., Бережной В.И., Бережная Е.В., Цвириный И.А. Логистика автомобильного транспорта: концепция, методы, модели. – М.: Финансы и статистика. - 2002. – 280 с.

3. Герасимчук В.О. Підсумки 1999 року і першочергові завдання розвитку дорожнього комплексу // Автошляховик України. – 2000. – №1. – С.29-32.

- 4.Гурков И. Инкубационный период // Эксперт. – 1999. – №6.
5.Каныгин Ю.М. Информация управления: социальные аспекты. – К.: Наукова думка, 1991. – 156 с.
6.Евлапов Л.Г., Капустин С.Н. Задачи принятия решений. – М., 1980. – 120 с.
7.Burns T. and Stalker G.M.. The Management of Innovation // Tavistock Publication. – 1961. – 224 p.

Получено 16.07.2003

УДК

О.М.БІЛЯНСЬКИЙ

Державний комітет України з питань житлово-комунального господарства, м.Київ

КОНЦЕПЦІЯ ТА ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНОЇ ПРОГРАМИ РЕФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА НА 2004-2010 РОКИ

Розглядаються сучасний стан житлово-комунального господарства і шляхи його реформування передбачені проектом Загальнодержавної програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004-2010 рр.

Прийняті протягом останніх років Закони України, укази Президента і постанови Уряду України спрямовані насамперед на перехід від планово-адміністративних методів управління до ринкової системи господарювання, дозволили розпочати реформування відносин у ЖКГ країни:

створено матеріальну основу місцевого самоврядування – у комунальну власність передано більшу частину житлового фонду, об'єктів та підприємств, що забезпечують життєдіяльність населених пунктів;

започатковано процеси демонополізації житлово-комунального господарства та створення конкурентного середовища на ринку послуг – органами місцевого самоврядування та місцевими держадміністраціями у цю сферу залучено понад 1000 приватних підприємств та акціонерних товариств, створюються служби замовника житлово-комунальних послуг; запроваджується система конкурсного відбору підприємств для надання послуг з утримання житлового фонду;

формується інститут власника житлових будинків – у власність громадян передано понад 5,3 млн. квартир та одноквартирних будинків, що становить 75,4% державного житлового фонду, утворено понад 2,5 тис об'єднань співвласників багатоквартирних будинків;

реалізується політика покриття витрат підприємств житлово-комунального господарства в основному за рахунок споживачів цих послуг - частка оплати житлово-комунальних послуг населенням з